

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)	良く なっている	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・関東圏で北陸新幹線や北陸のキャンペーンCMを頻繁にやっているようで観光客が増加しており、ホテルやデパートの北陸の食材を用いたキャンペーン用に食材の引き合いがすごく増えている。
	やや良く なっている	一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・業界の繁忙期と同時に北陸新幹線特需が絡み、売上も増加した。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・既存店の来客数前年割れは続いているものの、前々月以前と比べれば、その割れ方の程度は「まだまし」であった。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・暖かくなるにつれて、少しではあるが高級車の受注が出てきた。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・衣料品の販売量が好調である。また、バレンタインのギフト関連商材の動きも良い。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・北陸新幹線開業を控え、テレビで金沢の見どころが放送されることが多くなったこともあり、既に旅行客の利用が増えてきている。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・北陸新幹線開業を目前に控え、観光客（特に外国人）や県外からの来訪者が多くなり、今まであまり注文されなかった商品でも注文数が増えた。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は貸切りがあったりで、何とか昨年より1割くらい良かったのだが、客からは車関係や建設関係は良いが、他は決して良くないといった会話や、良くなっているのかなという疑問をささやかれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は10%程度増加し、引き続き堅調に推移している。一方、レストランは来客数減少が続いておりなかなか回復しない。宴会はようやく前年を上回ってきた。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・当社でも光回線と携帯電話、スマートフォン回線のセット料金の受付が始まり、全体的なプラン見直しをする客が増えている。また学生需要も増え全体的に売上が上がっている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・例年の商戦期に近づき、徐々に問い合わせや契約数が増えてきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ3か月ほど、来客数、売上、客単価とも、わずかながら前年を上回っている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・土地の問い合わせ及び契約が増え、建物の契約件数も増えた。地域にばらつきがあるものの、確実に動いている客が増えている。住宅エコポイントの復活に注目する声や、消費税の増税前にとの声も聞こえ始めた。		
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・春物への購買意欲があまりみられない。動きがまだ鈍い。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・12月の売上減をばん回すべく、各商店とも冬のパーゲンに期待していたが、1月上旬の悪天候に足出をくじかれ、人出も思ったほどではないまま推移しており苦戦している。閉店する店も見られるが、商店街の努力で数店が新しく出店することになっており期待している。	
	一般小売店〔精肉〕（店長）	単価の動き	・食品では値上げなどがあるが、売れるものは売れているような気がする。	
	一般小売店〔書籍〕（従業員）	お客様の様子	・客は日常生活に必要なものを厳選しており、購買に関してはまだまだ慎重である。	
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・主な買物目的が、はっきりとしていないように見受けられる。必要に迫られての消費は少なく、ちょっとした天候により来店率が低下している。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・3月14日に北陸新幹線が開業するというので、それに伴いファッション関連については東京なり関東で求めるという購買行動が、今見受けられている。要は買い控えという状況である。食に関してはそれほど大きなぶれはないのだが、やはりファッションが新幹線の影響で今から買い控えが目立っている。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の動きからみると、客の来店回数が増えておらず変わっていない。日々の来客数も、買物頻度的にみても変わりはないと考える。	

スーパー（総務担当）	販売量の動き	・2月の食品売上は、昨年一部商品に消費税増税前の購入があったため、前年を下回っている部門もあるが、鮮魚、精肉、そう菜等の生鮮部門が好調なため、全体としては前年を上回っている。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食料品の値上げが止まらない中、生活必需品であり、販売量としては昨年並みで推移していることから、やや不景気ながら景気は横ばい状況であると思われる。
スーパー（統括）	単価の動き	・昨年4月の消費税増税の3か月後くらいから、全体の客単価は一品単価で1～2円と若干上昇した状態となっていた。2月もその状況は変わらず続いている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上の前年同月比は、ここ3～4か月低め安定で、全く同じ数字で推移している。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・原油価格の下落が消費税増税後の消費の落ち込みにプラスに働き、客の気持ちを少しだが前に向かせているように感じる。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・フィーリングの話であるが、何も変わらないものの、風が少し暖かくなってきているように感じる。必要なものは必要であり、ふだんから無駄なことをしているわけではないから、これで良いのではないかという感じである。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・新生活などの一人暮らしの需要は見えてきたが、新築向けなどのまとめ買いが少ない。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・来店する客が購入決定者と共に来ることが多く、購入決定までの日数がかからない状況である。
乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・3月開業の北陸新幹線をもって、いろいろな業界で話題づくりがなされて活況があるように映ってはいるが、実需の面でこれからはかなというところである。自動車販売業界は前年の消費税増税前の駆け込み需要に比べると、新車販売ではマイナス状態が続いている。
その他小売 [ショッピングセンター]	来客数の動き	・買上単価は前年比プラス2%程度の伸長が続いているが、来店頻度や買上点数減の影響が続いている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・3月までは例年並みの予約状況である。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上88%、宿泊人員94%、宿泊単価90%である。大型宿泊を受注したが、団体人員は前年並みである。宿泊単価低下及び宿泊人員減少は、高層階改修工事の影響によるものである。
旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・個人客の動きが相変わらず鈍い。懐の春はまだまだ先のようなものである。
タクシー運転手	来客数の動き	・新年会は月の初旬で終わり、2月はほとんど雪が降らず足元も良かったことから、平日の利用客が少なかった。また、週末でも人出はやや少なかった。
タクシー運転手	販売量の動き	・理由はよく分からないが、足場が良いにもかかわらず利用回数、売上とも多くなっている。
通信会社（役員）	販売量の動き	・大手通信事業者との競合は引き続き厳しいものの、新規契約の獲得件数に大きな変化は見られない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年同月比でみると、今月は海外の春節に当たることから、特にインバウンド客が好調に推移したが、国内旅行の団体客や個人客の動きが鈍く、トータルでみると前年並みとなっている。全体として、国内団体旅行はバス運賃の改定から弱含みになっている。
競輪場（職員）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、1日当たりの入場者数が若干増加しているものの、昨年度の同時期と比較すると5%減少している。
その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・既存会員価格での新規客がほとんどないが、利用制限のある低価格の体験版にはある程度の申込があった。まだまだ、低価格帯のシステムが希望のようである。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・寒波の影響もあって客の動きは緩慢であったが、来場者数は徐々に増加しており情報量の入手は回復してきている。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・大企業が円安の影響で好調な成績を上げているが、下請けへの発注単価上昇に結びついていない。個人の所得が全般に増加しておらず、勢いを感じる状況にはない。
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は増加しているが、契約棟数には変化が見られない。

やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・冬場で寒く、天候も良くなかったことも影響して、当商店街では通りに来る人も少なく、各店舗の売上は若干減少している。マスコミでも取り上げられているが実質賃金は低下しており、アベノミクスの効果は庶民にはあまり表れていないように思う。当商店街では、物販などの動きはまだ鈍い状況である。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・まだセール品の動きの方が良く、必要なものしか買わないという心理は変わらない。2月後半から、新生活や通勤ニーズが高まり、親子での買い回りが目立つようになってきた。	
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は15%ほど前年を割り込んでいる。また客単価についても、コーヒーは好調だが100円コーヒーばかりで、全体的に値上がりしているはずなのだが、前年の客単価を超えるまでには至っていない。	
	コンビニ（店長）	それ以外	・来客数や売上に関しては先月同様で下げ止まった感じがあり、良くも悪くもなっていない。ただ、県内で全般的に求人状況がものすごく厳しく、人件費の高騰や人材不足がある。原因は、コンビニ店舗の乱立やショッピングセンターやアウトレットなどの開業で働く場所が飽和している中、労働者の人口が変わらないか減少していることにあると思われる。そういった中、高い時給を払わなければ求人が来ないということで、経費の圧迫が景気や運営に対して厳しい。	
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・当地では北陸新幹線開業に向けて、大型施設の改装工事などが行われており、その工事の影響もあり、逆に売上は厳しい。	
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・2月の販売量は対前年同月比72%である。26年11月の販売量は対前年同月比87%なので、3か月前と比較して下向きである。前年は消費税増税前の駆け込み需要があったとはいえ、減少幅が大きいと考えられる。	
	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・例年2月は閑散月だが、今年は更に集客が減り、来店客も消費を控える傾向が感じられる。唯一、車検は前年からの伸びはあったが必要最小限の整備にとどまり、単価減少になっている。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・2月は節分があり、地酒の新酒が出てくる時期だが、その新酒が全く動いていない。大変景気が悪い。去年と比べても動きが全然だめである。	
悪くなっている				
企業動向関連 (北陸)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に安定感が出てきている。採算面の改善がこれからの課題である。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・3月の北陸新幹線の開業に期待感が高まっている。皆の気持ちも高揚している。観光業の人たちの話を聞くと、昨年よりも予約は順調とのことである。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者の情報を聞くと、個人からの問い合わせが少しずつ出てきているということである。
	変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年2015年秋冬物のスタートが早いようである。企画も相当進んでおり期待したいと思う。輸出の方は、単発の引き合いがきている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は順調である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の雰囲気、言動から大きな変化は見られない。
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・一部、都会の大手百貨店では、中国の春節を利用した買物客に弊社の商品がまとめ買いされたようだが、一般の路面店、地方店ではやはり全体的には厳しい状況が相変わらず続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・昨年の12月は年末工期の工事の完成に追われ、今年の1～2月は3月の年度末工期の工事の完成に追われている。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・一部に厳しい受注価格競争がみられる反面、一方では緩和状態も見受けられ、地域により受注環境にばらつきが生じてきている。
輸送業（配車担当）		取引先の様子	・先月と比較しても物量が極端に増加しているとは、感じられない。	

	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・石川県の輸出額が増加している。取引先でも輸出企業で好業績の先や、不調であってもやや回復の兆しが出てきているところが見られる。一方、小売については、一概に調子が良いとまでは言えないが、北陸新幹線開業を見据えて、マインドは悪くない。
	司法書士	取引先の様子	・建築関連の客から、北陸新幹線開通の影響もなく、消費税増税前の駆け込み需要の反動がまだ抜けないという話を聞く。
やや悪くなっている	食料品製造業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・廉価品が増え、高級品の販売数量が減少していることから平均販売単価がダウンしており、数量は変わらずとも売上がダウンしている。
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主要市場である欧米市場からの受注が伸びない。また国内も設備投資が止まっている。
悪くなっている			
雇用関連	良くなっている	-	-
(北陸)	やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（役員）	・2月の求人広告売上は、前年同月比110%である。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加傾向が続いている。特に労働者派遣事業を行っている事業所からの求人が増加している。
		職業安定所（職員）	・好調な企業も多いと思われ、決算期を迎える企業、自動車関連部品メーカーなど新規求人は再び増加している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・1月以降、受注数が増える傾向が出てきている。しかし、求職者の登録数が少なく要望に応じきれっていない。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・雇用情勢は落ち着いているものの、派遣需要件数が伸びていない。即戦力のスキルを問われる経験者の人材要求が多い。
		人材派遣会社（社員）	・技術力の高い人材の確保を目的に、紹介予定派遣の依頼件数が増えている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	・3か月前とほとんど変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数、求人広告売上ともに3か月前から横ばいである。
		職業安定所（職員）	・新規求職者が減少傾向にある理由の一つとして、転職を希望したいと思える内容の求人が少ないこともあると思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・特に大きな変化はみられない。
	やや悪くなっている	-	-
	悪くなっている	-	-